

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner melalui g-form menyebar kuesioner kepada 100 responden. Responden penelitian ini adalah masyarakat surabaya yang pernah melakukan belanja di media belanja Shopee. Penelitian ini dilakukan untuk melihat analisis pengaruh kepercayaan perdagangan sosial terhadap perilaku pembelian dimediasi oleh kepuasan perdagangan elektronik bagi pengguna shopee dimediasi oleh kepuasan perdagangan elektronik bagi pengguna Shopee di Surabaya.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menunjukkan bahwa Kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan perdagangan elektronik pengguna media belanja Shopee di Surabaya
2. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa Kepuasan perdagangan elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian terhadap media belanja Shopee di Surabaya
3. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Kepercayaan perdagangan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian terhadap media belanja Shopee di Surabaya

4. Hipotesis keempat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan perdagangan elektronik memediasi secara penuh kepercayaan perdagangan sosial terhadap perilaku pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini, memiliki keterbatasan penelitian yaitu sulitnya mendapatkan responden ketika masa pandemi ini yang menyebabkan kuesioner hanya dilakukan survei menggunakan media google form dan karna kebijakan yang tidak diperkenankan berinteraksi secara langsung dengan responden pada saat pandemi Covid.

5.3 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya

a. Bagi peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk

b. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk penyebaran kuesioner kepada responden dengan beragam macam pendapatan sehingga dapat diketahui perilaku pembelian dari tingkat pendapatan

2. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini yang paling sedikit masyarakat setuju yaitu pada pernyataan “Saya menggunakan media sosial belanja Shopee dalam transaksi online karena penjualnya jujur”. Maka dapat disimpulkan belum sepenuhnya masyarakat setuju terhadap kejujuran penjual online. Saran bagi masyarakat

sebelum bertransaksi menggunakan mediabelanja online Shopee harus membaca deskripsi terlebih dahulu agar tidak salah faham dalam pembelian produk tersebut dan dapat meningkatkan kepercayaan perdagangan sosial.

Saran bagi masyarakat harus lebih memahami tentang media belanja Shopee menurut hasil dari penelitian media belanja Shopee baik untuk di gunakan karena hasil dari variabel kepuasan perdagangan elektronik berpengaruh signifikan ke perilaku pembelian, namun pengaruh kepercayaan perdagangan sosial terhadap perilaku pembelian berpengaruh positif tidak signifikan, maka dari itu masyarakat diharapkan memahami media belanja Shopee agar kepercayaan akan lebih kuat terhadap penggunaan media belanja Shopee.

3. Bagi Perusahaan Shopee

Perusahaan Shopee disarankan untuk meningkatkan keamanannya dengan maksimal, terutama dibagian pembukaan akun baru untuk penjual Shopee mengingat masyarakat banyak yang terkena penipuan akun palsu.

DAFTAR RUJUKAN

- Attar, R. W., Shanmugam, M., & Hajli, N. (2021). Investigating the antecedents of e-commerce satisfaction in social commerce context. In *British Food Journal* (Vol. 123, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2020-0755>
- Aydin, G. (2019). Examining social commerce intentions through the uses and gratifications theory. *International Journal of E-Business Research*, 15(2), 44–70. <https://doi.org/10.4018/IJEER.2019040103>
- Dimitrios Theofanidis, A. F. (2018). Limitations. *LIMITATIONS AND DELIMITATIONS IN THE RESEARCH PROCESS*, 7(3), 155–163. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2552022> Cite
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, S., & Amurullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative
- Latifah Zulfah, R. H. (2018) Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. Semarang: Diponegoro Journal Of Management. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Lin, X., Wang, X., Hajli, N., Lin, X., Wang, X., & Hajli, N. (2019). Building E-Commerce Satisfaction and Boosting Sales: The Role of Social Commerce Trust and Its Antecedents. *International Journal of Electronic Commerce*, 23(3), 328–363. <https://doi.org/10.1080/10864415.2019.1619907>
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 7, 1–11.
- Siregar, Z. M. E., Syahputra, R., & Nasution, S. L. (2020). Pengaruh Keadilan Organisasional terhadap Komitmen Organisasi dengan Mediasi Kepuasan Kerja. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.32487/jshp.v4i2.833>
- Sulehri, N. A., Ritel, T., Eceran, B. P., Beralasan, T. T., Sulehri, N. A., Manajemen, D. I., Profesor, A., & Manajemen, D. (2019). dengan Mediasi Niat Beli : Studi Ritel.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. (2015). Overview of electronic commerce. In *Commerce A Managerial Perspective* (5th ed. Springer International Publishing Switzerland 2015.<https://doi.org/10.1007/978-3-319-10091-3>
- Wilson, N., & Christella, R. (2019). An Empirical Research of Factors Affecting Customer Satisfaction: A Case of the Indonesian E-Commerce Industry. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 14(1), 21.<https://doi.org/10.19166/derema.v14i1.1108>
- Yusuf, A. M. (2019) *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif , dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.